

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Educa Studio.

Sumber: Educa Studio (2025).

Educa Studio atau PT Educa Sisfomedia Indonesia didirikan pada tahun 2011 dan berpusat di Salatiga, Jawa Tengah. Sejak awal, perusahaan ini fokus pada pengembangan media edukasi berbasis teknologi, seperti buku digital, gim, animasi, dan aplikasi pembelajaran interaktif. Beberapa produk edukatif yang paling dikenal antara lain *Marbel* (aplikasi edukasi anak), *Riri* (cerita anak interaktif), dan *KABI* (Kisah Teladan Nabi), yang banyak digunakan oleh anak-anak serta lembaga pendidikan. Seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan industri, Educa Studio kemudian mengembangkan platform Gamelab Indonesia sebagai wadah pelatihan dan pendidikan vokasi yang menjembatani dunia pendidikan dengan dunia kerja.



Gambar 2.2. Logo Gamelab Indonesia.

Sumber: Gamelab Indonesia (2025).

Gamelab Indonesia beroperasi di bawah Educa Studio dan mulai aktif sejak 2017 sebagai platform pelatihan daring, kursus, serta program magang berbasis industri. Awalnya berfokus pada pelatihan pengembangan gim, Gamelab kini mencakup berbagai bidang seperti teknologi, kreatif, dan bisnis digital. Metode pembelajaran yang digunakan adalah *project-based learning* (PBL), di mana peserta langsung belajar melalui praktik nyata. Dengan visi menciptakan pembelajaran yang mudah, cepat, dan terjangkau, Gamelab telah bekerja sama dengan ratusan sekolah, kampus, dan mitra industri di seluruh Indonesia dalam membekali talenta muda yang siap bersaing di dunia kerja magang.

Berikut adalah analisis SWOT penulis dapatkan berdarkan pengamatan dan pengalaman penulis selama berada di dalam program gamelab Educa Studio.

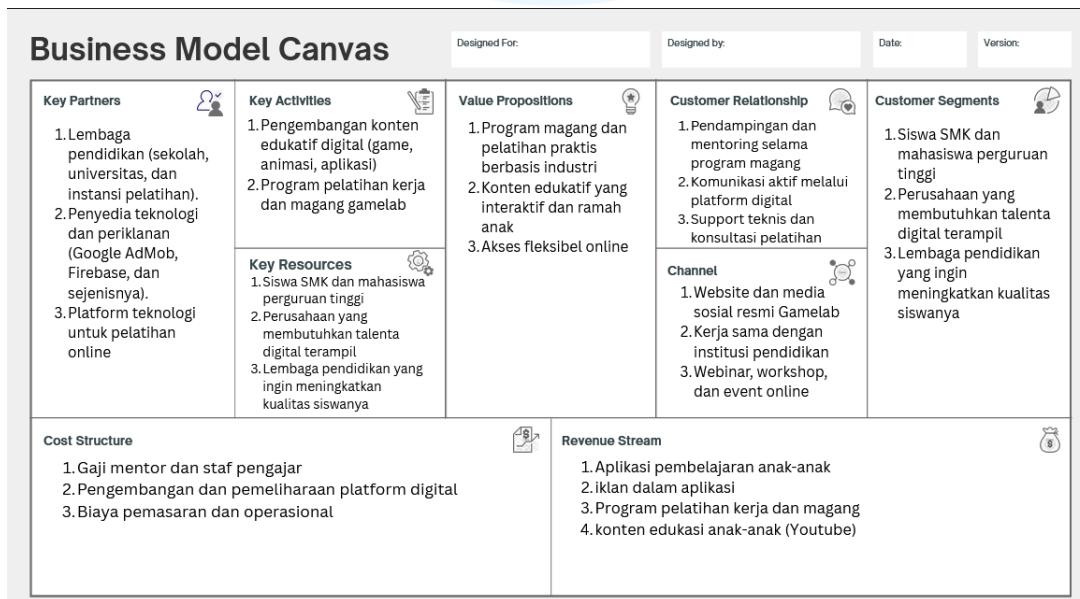
Tabel 2.1. Analisis SWOT Perusahaan Educa Sisfomedia.

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Sistem kerja fleksibel karena mayoritas program dilakukan secara online (remote learning dan virtual internship).2. Memiliki jaringan kerja sama yang luas dengan sekolah, kampus, dan industri di seluruh Indonesia.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Keterbatasan komunikasi online berdampak pada kecepatan kerja2. Masih terdapat keterbatasan jumlah mentor aktif di beberapa bidang spesifik.
<i>Opportunities</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Kebutuhan industri akan SDM kreatif di bidang 3D, animasi, dan gim semakin meningkat.

	<p>2. Tren digitalisasi pendidikan dan <i>remote learning</i> yang semakin diterima luas.</p> <p>3. Potensi kolaborasi lebih banyak dengan kampus, sekolah, dan lembaga pemerintah.</p>
<i>Threats</i>	<p>1. Persaingan dengan platform pelatihan daring internasional.</p> <p>2. Kemajuan teknologi AI yang cepat dapat menggantikan beberapa pekerjaan di industri kreatif dan digital, sehingga kebutuhan pelatihan tradisional bisa berkurang.</p>

Sumber: Dokumentasi pribadi.

Berikut merupakan *business model canvas* (BMC) berdasarkan analisis penulis dari perusahaan *PT Educa Sisfomedia Indonesia* (*Educa Studio*).

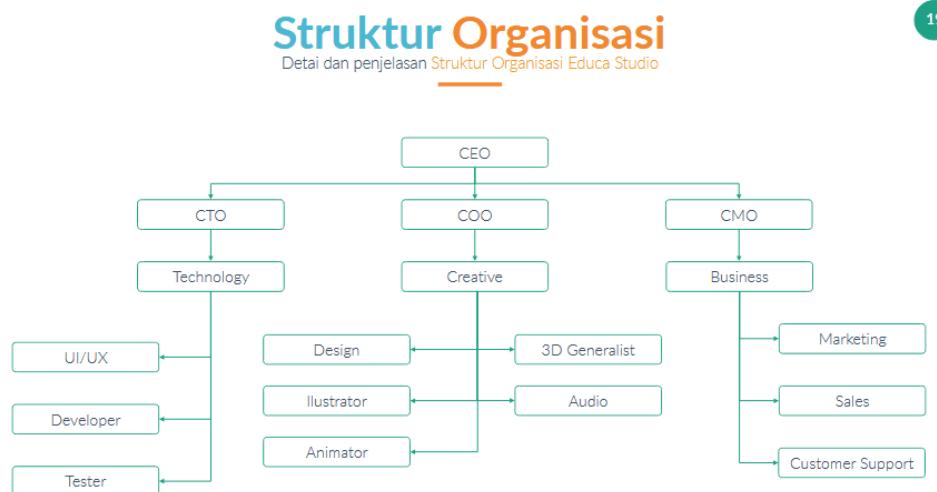


Gambar 2.3. BMC Educa Studio.

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi PT Educa Sisfomedia Indonesia, penulis sebagai *intern* berada pada posisi 3D Generalist.



Gambar 2.4. Struktur Perusahaan.

Sumber: Educa Sisfomedia Indonesia (2025).

Posisi penulis sebagai 3D Generalist Intern di Gamelab Indonesia berada pada divisi 3D Creation, yang berfokus pada pembuatan asset 3D untuk kebutuhan gim dan animasi. Dalam periode kerja magang, penulis melakukan keseluruhan tahapan produksi asset 3D, meliputi *modeling*, *UV mapping*, *texturing*, *rigging*, hingga *rendering*. Divisi ini dibimbing oleh supervisor masing-masing tim, dan secara khusus, tim penulis berada di bawah bimbingan Izza Azzuri, S.T. Selain itu, proses koordinasi juga didukung oleh seorang admin yang membantu pengaturan komunikasi serta pembagian tugas dalam tim.

2.3 Portofolio Perusahaan

Gamelab Indonesia merupakan bagian dari brand Educa Studio, perusahaan pengembang konten edukatif digital yang berdiri sejak tahun 2011. Selama lebih dari satu dekade, Educa Studio telah berkontribusi dalam dunia pendidikan melalui

berbagai produk interaktif yang memadukan unsur pembelajaran dan hiburan. Dalam perjalannya, perusahaan ini telah bekerja sama dengan lebih dari empat puluh perusahaan nasional dan internasional seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO), Samsung, Gramedia, dan Traveloka (Educa Studio, 2024). Hingga saat ini, Educa Studio tercatat telah merilis lebih dari 1.200 produk digital, memperoleh 43 juta unduhan aplikasi, serta memiliki lebih dari 1,4 juta pelanggan YouTube di seluruh kanal yang dimilikinya.



Gambar 2.5. Aplikasi Marbel.

Sumber: Educa Studio (2025).

Salah satu karya utama Educa Studio yang menjadi ciri khas perusahaan adalah Marbel (Mari Belajar). Produk ini merupakan media pembelajaran interaktif yang ditujukan untuk anak-anak usia dini hingga sekolah dasar. Marbel menggabungkan elemen permainan dan pembelajaran dengan visual yang menarik serta penggunaan warna-warna cerah untuk menyesuaikan dengan karakteristik pengguna anak-anak. Setiap aplikasinya dirancang agar anak dapat belajar dengan cara yang menyenangkan melalui aktivitas interaktif seperti menyentuh, menyeret, dan menggerakkan objek di layar. Selain dalam bentuk aplikasi digital, Educa Studio juga mengembangkan Marbel Junior Store, yang menghadirkan produk

merchandise berbasis teknologi 4D sebagai sarana pembelajaran tambahan untuk membantu pengembangan motorik anak.



Gambar 2.6. Aplikasi KABI.

Sumber: Educa Studio (2025)

Selain Marbel, karya lain yang cukup dikenal dari Educa Studio adalah KABI (Kisah Para Nabi). KABI merupakan media edukasi interaktif berbasis aplikasi yang berfokus pada penyampaian kisah teladan para nabi melalui ilustrasi, animasi, serta narasi yang menarik. Aplikasi ini menghadirkan pengalaman belajar yang imersif melalui penggunaan voice over dan efek suara yang memperkuat suasana cerita. Dengan pendekatan yang menyenangkan dan visual yang ramah anak, KABI tidak hanya menyampaikan nilai-nilai religius tetapi juga membantu menumbuhkan imajinasi serta empati pada pengguna muda.



Gambar 2.7. Aplikasi Riri.

Sumber: Educa Studio (2025).

Karya populer lainnya adalah RIRI Cerita Anak Interaktif, yang menyajikan kumpulan dongeng, fabel, dan cerita rakyat Indonesia dalam format digital. RIRI tersedia dalam bentuk aplikasi maupun tayangan di platform seperti YouTube, App Store, dan Google Play Store. Produk ini telah meraih berbagai penghargaan nasional dan internasional, seperti Bronze ICT ASEAN Awards (2017), nominasi di London Book Fair International Excellence Awards (2019), serta penghargaan Krenova Jawa Tengah (2020) atas inovasinya dalam bidang kreativitas digital (Heditya, 2022). RIRI menghadirkan pengalaman interaktif yang kaya dengan visual yang imajinatif, animasi yang halus, serta integrasi efek suara dan narasi yang membuat cerita terasa hidup dan menarik bagi anak-anak.

Secara keseluruhan, karya-karya yang dihasilkan Educa Studio menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan media edukatif yang berkualitas, inovatif, serta relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pendidikan anak di era digital. Melalui karya seperti Marbel, KABI, dan RIRI, Educa Studio berhasil menjadi pelopor industri edutainment di Indonesia, sekaligus membangun citra positif terhadap pemanfaatan teknologi untuk pembelajaran anak.